

**PENGARUH HARGA PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GORO ASSALAAM
HYPERMARKET PABELAN SUKOHARJO**

JURNAL PUBLIKASI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1

Program Studi Pendidikan Akuntansi



Disusun Oleh:

DINA ARIANI

A 210 100 037

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2015



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 – Pabelan, Kartasura Telp. (0271) 71417, Fax : 715448 Surakarta – 57102

Website: <http://www.ums.ac.id>

Email: ums@ums.ac.id

SURAT PERSETUJUAN ARTIKEL PUBLIKASI ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini pembimbing skripsi/tugas akhir:

Nama : Dra. Titik Asmawati, SE, M. Si
NIP/NIK : 153

Telah membaca dan mencermati naskah artikel publikasi ilmiah, yang merupakan ringkasan skripsi (tugas akhir) dari mahasiswa :

Nama : Dina Ariani
NIM : A 210 100 037

Program Studi : Pendidikan Akuntansi

Judul skripsi : **PENGARUH HARGA PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GORO ASSALAAM
HYPERMARKET PABELAN SUKOHARJO**

Naskah artikel tersebut, layak dan dapat disetujui untuk dipublikasikan.

Demikian persetujuan dibuat, semoga dapat dipergunakan seperlunya.

Surakarta, 22 Januari 2014

Pembimbing

Dra. Titik Asmawati, SE M. Si

NIK : 153

ABSTRAK

PENGARUH HARGA PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GORO ASSALAAM HYPERMARKET PABELAN SUKOHARJO

Dina Ariani, A 210 100 037, Program Studi Pendidikan Ekonomi Akuntansi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2014.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) Untuk mengetahui adanya pengaruh harga produk terhadap kepuasan konsumen Goro Assalaam Hypermarket Pabelan Sukoharjo. 2) Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Goro Assalaam Hypermarket Pabelan Sukoharjo. 3) Untuk mengetahui adanya pengaruh harga produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Goro Assalaam Hypermarket Pabelan Sukoharjo. Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif kuantitatif yang kesimpulannya diperoleh berdasarkan pada hasil analisis statistik. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Goro Assalaam Hypermarket Pabelan Sukoharjo yang berjumlah 1500 konsumen per minggunya dengan sampel 283 konsumen yang diambil dengan teknik sampling insidental. Data yang diperlukan diperoleh melalui metode angket, metode dokumentasi dan metode wawancara. Sebelumnya angket telah diuji-cobakan dan diuji validitas serta diuji reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji t , uji F , uji R^2 , sumbangan relatif dan efektif. Hasil analisis regresi diperoleh persamaan regresi: $Y = 24,358 + 0,549 X_1 + 0,117 X_2$ yang artinya kepuasan konsumen dipengaruhi oleh harga produk dan kualitas pelayanan. Kesimpulan yang diperoleh adalah: 1) Harga produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Goro Assalaam Hypermarket Pabelan Sukoharjo. Berdasarkan uji t diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $7,696 > 1,968$ ($\alpha=5\%$) dan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu $0,000$. 2) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Goro Assalaam Hypermarket Pabelan Sukoharjo. Berdasarkan uji t diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $1,972 > 1,968$ ($\alpha=5\%$) dan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu $0,050$. 3) harga produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Goro Assalaam Hypermarket Pabelan Sukoharjo. Berdasarkan hasil uji F diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $35,423 > 3,028$ pada taraf signifikansi 5% . 4) variabel X_1 memberikan sumbangan relatif sebesar $90,4\%$ dan sumbangan efektif sebesar $18,3\%$, variabel X_2 memberikan sumbangan relatif sebesar $9,6\%$ dan sumbangan efektif sebesar $1,9\%$. 5) Hasil perhitungan R^2 diperoleh $0,202$, berarti $20,2\%$ kepuasan konsumen dipengaruhi oleh harga produk dan kualitas pelayanan, sisanya sebesar $79,8\%$ dipengaruhi variabel di luar penelitian.

Kata Kunci : Harga Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen.

PENDAHULUAN

Di zaman modern seperti sekarang ini persaingan bisnis menjadi sangat ketat sehingga setiap perusahaan dituntut mengenal pasarnya atau konsumennya sebaik mungkin agar dapat sukses dalam persaingan. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, misalnya dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih murah, penyerahan produk yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik dari pada para pesaingnya.

Namun semakin ketat persaingan maka semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen menyebabkan setiap perusahaan menempatkan orientasi pada konsumen sebagai tujuan utama. Salah satu tujuan utama perusahaan yaitu untuk mendapatkan laba, oleh karena itu seorang manager harus dapat menentukan kebijaksanaan agar dapat meningkatkan minat konsumen dalam membeli produk sehingga mempengaruhi peningkatan laba perusahaan dan kelangsungan hidup perusahaan terjamin.

Pesatnya perkembangan di dunia bisnis dapat dilihat dari pesatnya pusat-pusat perbelanjaan modern. Semua itu tidak terlepas dari keunggulan-keunggulan yang ditawarkan oleh masing-masing pusat perbelanjaan tersebut. Misalnya, sebuah pusat perbelanjaan menawarkan keunggulan berupa keamanan, kenyamanan, harga produk terjangkau, kualitas pelayanan yang baik, kelengkapan produk serta konsumen dapat memilih sendiri produk yang dibutuhkan sehingga konsumen merasa puas dalam berbelanja.

Menurut Zulian Yamit (2002:77), “kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang”. Memberikan kepuasan kepada konsumen hanya dapat diperoleh kalau perusahaan memperhatikan apa yang diinginkan oleh konsumen. Jika harapan konsumen ini sesuai dengan apa yang dialami dan dirasakannya, bahkan mungkin apa yang dialami dan dirasakan melebihi harapannya sudah dapat dipastikan konsumen tersebut akan merasa puas. Misalnya pelayannya tidak ramah, tidak tanggap dan harga terlalu mahal atau kualitas produk tidak sesuai dengan harga sudah dapat dipastikan konsumen tidak merasa puas.

Menurut Basu Swastha (2000:147), “Harga merupakan jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya”. Oleh karena itu harga sering dijadikan indikator kualitas bagi konsumen. Konsumen cenderung menganggap apabila harga lebih tinggi maka kualitasnya juga lebih baik, sehingga harga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Selain faktor harga produk, kualitas pelayanan juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Menurut Zulian Yamit (2002:22), “Kualitas pelayanan yaitu dapat dilihat dari perbandingan antara harapan konsumen dengan kinerja kualitas jasa pelayanan”. Menurut Kotler dan Keller (2009:50), “Kualitas jasa perusahaan diuji pada setiap pelaksanaan jasa”. Jika personil jasa membosankan, tidak dapat menjawab pertanyaan sederhana atau saling berkunjung ke personil lain sementara pelanggan menunggu, pelanggan akan berpikir dua kali untuk melakukan bisnis lagi dengan penjual itu.

Goro Assalaam Hypermarket merupakan salah satu pusat perbelanjaan terdapat kota Sukoharjo, dengan konsep pasar modern yang menyediakan berbagai macam produk. Goro Assalaam Hypermarket tidak hanya menyediakan kebutuhan pokok seperti sayur, buah-buahan, makanan dan minuman, namun Goro Assalaam Hypermarket juga menyediakan pakaian, kosmetik, elektronik serta masih banyak lagi. Goro Assalaam Hypermarket tidak hanya menawarkan berbagai produk, tetapi Goro Assalaam Hypermarket juga mempertimbangkan harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan untuk menarik minat konsumen.

Harga dan kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh Goro Assalaam Hypermarket sudah cukup baik, namun disini lain masih terdapat beberapa keluhan baik terhadap harga produk maupun kualitas pelayanan sehingga mempengaruhi kepuasan konsumen itu sendiri. Dalam hal ini diharapkan Goro Assalaam Hypermarket harus tetap mempertimbangkan dalam menentukan harga dan meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui adanya pengaruh harga produk terhadap kepuasan konsumen Goro Assalaam Hypermarket Pabelan Sukoharjo, (2) Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Goro Assalaam Hypermarket Pabelan Sukoharjo, (3) Untuk mengetahui adanya pengaruh harga produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Goro Assalaam Hypermarket Pabelan Sukoharjo.

METODE PENELITIAN

Suatu penelitian dapat dipandang sebagai usaha kegiatan yang bertujuan untuk memecahkan masalah dengan menggunakan cara-cara atau metode yang sesuai, alat serta fasilitas yang memungkinkan sehingga dapat mencapai hasil yang dapat dipertanggungjawabkan. Cara mencari kebenaran dianggap atau dipandang ilmiah adalah melalui metode penelitian.

Menurut Sugiyono (2010:2), “Metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Sedangkan menurut Arikunto (2006:136), “Metode penelitian adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitian”. Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa metode penelitian adalah suatu cara pelaksanaan penelitian keilmuan dalam rangka mendapatkan atau mengumpulkan fakta-fakta yang mendukung tercapainya tujuan penelitian.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif asosiatif karena penelitian ini untuk mencari pengaruh dan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menggunakan data kuantitatif atau angka, karena data yang diperoleh dari populasi penelitian dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan kemudian diinterpretasikan.

Penelitian ini dilakukan pada konsumen Goro Assalaam Hypermarket Pabelan Sukoharjo yang populasinya berjumlah 1500 konsumen perminggunya. Menurut Sugiyono (2010:126), apabila jumlah populasi 1500 dengan taraf

signifikansi 5% maka sesuai dengan tabel penentuan jumlah sampel, sampel yang digunakan dalam penelitian yaitu berjumlah 283 konsumen. Teknik sampling yang digunakan adalah Sampling Insidental, dan teknik pengumpulan data menggunakan metode dokumentasi, wawancara dan angket. Teknik pengumpulan data berasal dari data primer yaitu angket harga produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Penelitian ini terdiri dari dua variabel penelitian, variabel *dependen* dan variabel *independent*. Variabel *dependen* penelitian ini yaitu kepuasan konsumen (Y), sedangkan variabel *independent* atau yang mempengaruhi adalah harga produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2). Instrumen penelitian berupa item-item pernyataan dalam bentuk angket yang sebelumnya sudah diujicobakan pada subyek uji coba yang berjumlah 20 konsumen yang tidak termasuk sampel dalam penelitian. Hasil uji coba instrumen dianalisis dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, yang mana variabel harga produk dinyatakan valid 20 butir pernyataan, variabel kepuasan konsumen dinyatakan valid 20 butir pernyataan. Item-item soal dinyatakan tidak valid karena memiliki nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ dan nilai signifikansi $> 0,05$. Dengan demikian soal angket yang valid dapat digunakan sebagai instrumen penelitian selanjutnya. Sedangkan untuk angket yang tidak valid dikeluarkan. Berdasarkan uji reliabilitas terhadap angket memperoleh koefisien reliabilitas (r_{11}) 0,751, 0,748 dan 0,753. Harga r_{11} untuk semua variabel lebih besar dari r_{tabel} pada taraf signifikansi (α) = 5% yaitu sebesar 0,444 sehingga seluruh angket dinyatakan reliabel (andal).

Hasil pengumpulan data inilah yang kemudian dianalisis. Tahap pertama yaitu dilakukan uji prasyarat analisis yang terdiri dari uji normalitas dan uji lineritas. Setelah memenuhi kriteria pada uji prasyarat analisis langkah selanjutnya adalah melakukan analisis untuk menguji hipotesis yang telah diajukan dan besarnya sumbangan relatif dan efektif variabel X_1 dan X_2 terhadap Y. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier ganda.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Goro Assalaam Hypermarket berlokasi di Jalan Ahmad Yani 308 Pabelan, Kartasura. Goro Assalaam Hypermarket Pabelan Sukoharjo mempunyai visi , “PT. Assalaam Niaga Utama adalah menjadi pelaku utama dalam usaha retail, distribusi dan perdagangan”. Berdasarkan visi tersebut, Goro Assalaam Hypermarket Pabelan Sukoharjo merumuskan misi sebagai berikut :

- 1) Menjembatani para pengusaha menengah dan pengusaha kecil dalam rangka pemberdayaan ekonomi kerakyatan.
- 2) Menjadikan Goro Assalaam Hypermarket sebagai salah satu fasilitator gerakan koperasi dalam perdagangan barang dan memberikan harga yang wajar kepada masyarakat.
- 3) Profesionalisme dalam berkarya dengan pendekatan kekeluargaan sebagai salah satu ciri manajemen koperasi.

Berdasarkan hasil uji prasyarat analisis yang pertama yaitu uji normalitas yang digunakan untuk mengetahui apakah data berasal dari populasi yang memiliki sebaran atau distribusi normal. Uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan metode *Lilliefors* melalui uji *Kolmogrov-Smirnov* dalam program *SPSS 17.0 for windows*. Untuk menolak atau menerima hipotesis dengan cara membandingkan nilai probabilitas dengan taraf signifikansi (α) =5%. Jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka dapat dinyatakan bahwa data berdistribusi normal. Adapun ringkasan hasil uji normalitas menyimpulkan bahwa ketiga data yaitu harga produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen semuanya berdistribusi normal, dengan nilai signifikansi untuk variabel harga produk yaitu $0,073 > 0,05$, variabel kualitas pelayanan dengan nilai signifikansi yaitu $0,200 > 0,05$, sedangkan variabel kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi yaitu $0,200 > 0,05$.

Hasil uji prasyarat analisis yang kedua yaitu uji linearitas. Tujuan uji linearitas adalah untuk mengetahui apakah ada hubungan antara variabel *independent* dengan variabel *dependen* berupa garis lurus (hubungan linear) atau tidak. Adapun ringkasan hasil uji linearitas dan keberartian regresi linier yang

dilakukan menggunakan alat bantu program *SPSS 17.0 for windows* adalah variabel harga produk terhadap kepuasan konsumen memberikan hasil yang linier dengan $F_{hitung} < F_{tabel}$ yaitu $0,946 < 1,497$ dan nilai signifikansi $0,553 > 0,05$. Sedangkan untuk variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen memberikan hasil yang linier dengan $F_{hitung} < F_{tabel}$ yaitu $0,634 < 1,477$ dan nilai signifikansi $0,944 > 0,05$.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga produk dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari persamaan regresi linier sebagai berikut $Y = 24,358 + 0,549 X_1 + 0,117 X_2$, berdasarkan persamaan tersebut terlihat bahwa koefisien regresi dari masing-masing variabel *independent* bernilai positif, artinya harga produk dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Hasil uji hipotesis yang pertama yaitu, "harga produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen". Berdasarkan perhitungan hasil uji t regresi memperoleh t_{hitung} variabel harga produk (X_1) sebesar 7,696 lebih besar dari t_{tabel} (1,968) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan hasil perhitungan Sumbangan Efektif (SE) dan Sumbangan Relatif (SR), variabel harga produk memberikan Sumbangan Efektif (SE) sebesar 18,3% dan Sumbangan Relatif (SR) sebesar 90,4%. Berdasarkan kesimpulan tersebut membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dari harga produk, artinya semakin baik harga produk, maka semakin tinggi kepuasan konsumen. Sebaliknya semakin buruk harga produk, maka semakin rendah pula kepuasan konsumen.

Hasil uji hipotesis kedua yaitu, "kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen". Berdasarkan hasil perhitungan uji t regresi memperoleh t_{hitung} variabel kualitas pelayanan (X_2) sebesar 1,972 lebih besar dari t_{tabel} 1,968 dengan nilai signifikansi $0,050 < 0,05$. Dengan hasil perhitungan Sumbangan Efektif (SE) dan Sumbangan Relatif (SR), variabel kualitas pelayanan memberikan Sumbangan Efektif (SE) sebesar 1,9% dan Sumbangan Relatif (SR) sebesar 9,6%. Berdasarkan kesimpulan tersebut membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dari kualitas pelayanan, artinya semakin tinggi kualitas

pelayanan maka kepuasan konsumen semakin meningkat, sebaliknya semakin rendah kualitas pelayanan maka kepuasan konsumen menurun.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan: (1) Analisis regresi linear ganda digunakan untuk memprediksi variabel (Y) yang dipengaruhi oleh variabel (X), dan dari hasil analisis regresi linear ganda yang telah diuji, membuktikan bahwa ada pengaruh harga produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Goro Assalaam Hypermarket Pabelan Sukoharjo. (2) Berdasarkan uji signifikansi secara parsial (uji t_1) pada lampiran 23 terdapat pengaruh yang signifikan yang ditimbulkan oleh harga produk terhadap kepuasan konsumen Goro Assalaam Hypermarket Pabelan Sukoharjo. (3) Berdasarkan uji signifikansi secara parsial (uji t_2) pada lampiran 23 terdapat pengaruh yang signifikan yang ditimbulkan oleh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Goro Assalaam Hypermarket Pabelan Sukoharjo. (4) Berdasarkan uji signifikansi secara simultan (Uji F) pada lampiran 23 terdapat pengaruh yang signifikan yang ditimbulkan dari harga produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen Goro Assalaam Hypermarket Pabelan Sukoharjo. (5) Hasil perhitungan Sumbangan Efektif (SE) pada lampiran 24 menunjukkan bahwa kontribusi harga produk adalah sebesar 18,3% dan variabel kualitas pelayanan memberikan kontribusi sebesar 1,9% sehingga total sumbangan harga produk dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen adalah sebesar 20,2%. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka disimpulkan bahwa variabel harga produk mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kepuasan konsumen dibandingkan variabel kualitas pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Swastha, Basu. 2000. *Azas – Azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Yamit, Zulian. 2002. *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Yogyakarta: Ekonesia.